

“丝路记忆”:6大主题展现中国文创产业风貌

中国出版传媒商报讯 6月12日,由斯里兰卡中国文化中心和中外文化交流中心联合举办、中国驻斯里兰卡大使馆支持的“丝路记忆——NICE Choice 文创海外推广展”在斯里兰卡中国文化中心举行。中国驻斯里兰卡大使程学源、政务参赞庞春雪、文化处负责人刘东、斯里兰卡中国文化中心主任乐利文、斯高等教育和文化部长代表加米吉以及缅甸和阿富汗驻斯里兰卡大使等出席活动。

程学源在致辞中表示,中国高度重视文化创意产业的发展。文化创意产业已日益成为世界经济增长的新动力。中斯两国历史悠久,丰富的文化遗产为两国文化创意产业的发展提供了深厚的土壤。中国愿与斯

里兰卡携手,积极推进双方文化交流与合作,不断满足两国人民对美好生活的向往,推动两国经济社会健康、可持续发展。

本次推广展围绕“瓷韵春秋”“功夫传奇”“美好生活”“如梦敦煌”“数字中国”“年节伴手礼”六大主题,通过富有中国文化特色的创意产品向斯里兰卡人民展现了新时代中国文创产业风貌。据了解,该展览是海外中国文化中心全球联动的品牌项目“中国文化周”2018年主题活动,是继2016年“纪念汤显祖与莎士比亚逝世400周年”、2017年“传承与创新——中国非遗文化周”之后的又一次主题鲜明的文化展示活动。此次文创展不仅增进斯里兰卡民众对中国文创产业发展的了解,同时也是一次践行“一带一路”倡议,用文化连接丝路沿线国家,增进民心相通的活动。

(闻 创)

从国外建设小城镇的成功案例来看,“产业特色”是大多数小城镇永葆生机的秘诀之一。对于以传统产业为基础的小镇来说,随着现代化发展加快,传统行业在一定历史时期出现下滑是不可避免的现象。传统产业如何创新?转型路径如何选择?如何保证小镇经济长久不衰?如何吸引更多的人来小镇旅游和居住?面对这些问题,国外部分农业、工业小城镇发展路径给出了答案。



法国普鲁旺斯小镇

无产业 不小镇 海外传统产业小镇如何迸发新活力

农业+休闲

打造时尚田园小镇

立足于农业基础,打造现代化农业运营。对于高压、高负荷的城市人口来说,田园已成为“疗养”的最佳代名词。新鲜的空气、适宜的气候、独特美丽的风景就足以吸引人们的目光。如何让农业小镇更加有特色?法国普罗旺斯是世界知名的旅游圣地,它是由一系列小镇形成的以农业为基础的文化产业集群,其主要发展薰衣草和葡萄酒产业,这一特质为普罗旺斯的休闲农业时尚化提供基础条件。除了条件优越的农业基础之外,产业化也是小镇发展的重要因素。荷兰库肯霍夫小镇有着世界上最大的郁金香园。其中,占地28公顷的库肯霍夫公园由郁金香、水仙花、风信子以及各类的球茎花构成一幅繁茂的色彩,园中花卉达600万株。目前库肯霍夫小镇已形成高度现代化的农业面貌,体现在玻璃温室农业、园艺花卉、生物防控技术、电子信息、商业运作等方面。德国的农业小城镇发展则以中小家庭农场为主,90%农户经营饲养业及普通种植业,10%农户种植葡萄、啤酒花、水果、蔬菜及烟草等,从播种到收获全部实现机械化。

延伸产业链,增加体验性。以农业为基础,适时发展延伸产业链,给予游客更多体验性功能,是农业休闲小镇发展的特色之一。韩国江原道旌善郡大酱村利用当地原生材料和采用韩国传统手工艺制作养生食品的方式制造大酱。同时将大提琴和大酱产业进行结合,例如举行以3000个大酱缸为背景的大提琴演奏会、绿茶冥想体验、赤脚踏步树林等活动,增加游客的体验性。荷兰库肯霍夫小镇以春天花展活动为契机,开展园艺与插花工作坊、木屐传统手工艺制作坊等手工体验活动。此外,库肯霍夫小镇以花为主题,衍生出系列活动与商品,例如展出1950~1960年代由Dior、Chanel等奢侈品牌设计师设计的古董花帽。目前,库肯霍夫小镇已经成为世界最大的体验式鲜花购

物中心。

做好文化输出,打造品牌活动。农业基础发展保证了小镇的发展源泉,品牌活动则是小镇吸引人流的“法宝”。法国芒顿,被称作“柠檬之城”,出产的柠檬,酸性较强、香味浓郁,柠檬皮含油量也较高。为了庆祝柠檬大丰收,每年二月举行的“芒顿柠檬节”吸引着全世界50多万人参加。据了解,“芒顿柠檬节”距今已有80多年历史,在每年节日期间,富有幽默感和想象力的芒顿人依照每年不同的主题,用万只新鲜柠檬和柑橘扎成一座座巨大而绝妙的雕塑。除此之外,北荷兰省举办“鲜花马赛克”比赛,家家户户用鲜花“绘”出各种图案,比创意、比技艺、由游客进行评比。美国得克萨斯州帕萨迪纳市一年一度“草莓节”不仅在开幕式上推出“得州码”的巨型酥饼,同时还举办音乐节、儿童乐园等活动。

工业+升级

转型、品牌打造新契机

工业带动旅游业,发挥小镇景观建筑优势。随着现代化的高速发展,不少以重工业为主要产业发展的小城镇出现一定程度的产业危机。如何将重工业及时转型,成为不少工业小城镇发展的问题。维特雷小镇是法国内陆的一座小型工业化城镇,自欧洲工业革命起凭借传统工业起家,有着深厚的工业基础。20世纪60年代,众多以传统工业为主导的地区因受到周边发展中国家廉价劳动力的威胁和冲击而彻底垮掉,维特雷小镇却凭借经营高端奢侈品鞋业的家族企业和古老精湛的纺织技艺得以继续维持,但代价是削减就业机会。因此,当地的支柱性产业受到重创。维特雷小镇很快意识到自身发展的局限,利用小镇中世纪风格的古堡以及优美的景色,迅速开启旅游开发转型之路。为解决旅游业带来的交通拥堵和停车困难,维特雷小镇建设集约型立体停车场、阶梯状绿地以及人行天桥,同时

加入建筑元素的设计理念,实现自然风光与人文景象的交相辉映。

除了利用自身的风景资源优势,作为正当流行的“工业风”建筑特色,其与艺术的叠加,也是不少工业小镇转型的方向之一。被喻为“最摩登的工业小镇”温特图尔小镇,在19~20世纪是瑞士著名的工业重镇,以发动机、机车制造和纺织工业等闻名,但是随着世界性的经济结构调整,大片的重工业气息的厂房逐渐没落。为了让小镇重新焕发生机,小镇棉花工厂被改建为大学新校区,露天车间稍加修饰成为后现代艺术区的雏形,钢铁垃圾变为现代艺术装置,老旧的火车车厢以及大型吊车构架则成为迷你店铺和街头装饰景观……老旧重工业区承担了小镇的教育、娱乐产业以及公共艺术职能。这样的转型路径来自于小镇对于艺术的热爱,目前小镇拥有艺术博物馆、钟表博物馆等6家博物馆。此外,小镇剧场在每个周末都会上演古典或实验戏剧。

品牌带动产业集群,为小镇代言。如果说重工业小镇的发展依赖于转型,那对于轻工业小镇来说,打好产业品牌价值,做好增值服务,则是其长久发展之计。德国的赫尔佐根赫拉赫以体育用品产业著名。中心城区的历史内涵、手工业发展传统、就业市场的吸引力以及完善的基础设施建设,让3家全球企业阿迪达斯、彪马、舍弗勒的总部均落户该镇,不仅为当地经济带来了上万个就业岗位和经济收益,同时其闻名的体育品牌也为小镇引来世界的关注。高端纺织小镇朗根塔爾是瑞士伯尔尼州的经济和工业中心,依靠历史悠久的亚麻生产以及纺织工业的传承,吸引国际纺织品巨头企业入驻,逐渐发展成为全球纺织品企业总部基地。目前小镇聚集了包括蓝拓公司(Lantal Textiles)在内的多家国际纺织品设计、制造、销售企业。通过拓宽产业链,结合设计产业及旅游产业,举办“设计人周六”“朗根塔爾设计之旅”等活动,提升小镇知名度及影响力,打造结合设计、加工、销售、旅游等产业的高端纺织小镇。

(王 霖/编译)

前沿

杭州梦想小镇揭幕『法国城市大脑』项目

中国出版传媒商报讯 6月14日,“梦想小镇法国日”在杭州未来科技城梦想小镇举行,法国巴黎大区主席佩克雷斯和巴黎大区竞争力产业集群主席贝拉等嘉宾出席活动,共同见证“法国城市大脑”科创合作平台项目启幕。现场,主办方通过虚拟现实、影音视频、3D打印生态建筑展示等方式,附加法国美食与科技的融合,让在场观众感受别出心裁的法式生活体验。

据了解,“法国城市大脑”科创平台共有15家法国科技创新公司参加,创造并开发众多新型科技模块。该项目面向新能源和智能城市转型领域,通过传感器、Wi-mesh、Green Blockchain和人工智能技术联合协作,第一次实现对原始数据的独特实时互动性及操作性的深度管理。其中物联网、人工智能、云计算的互动合作是此次中法科创合作的创新示范。

自2016年9月,杭州未来科技城引进中法合作项目——法国梦想小镇科创加速器。该项目是法国巴黎大区竞争力产业集群落地杭州的一个重量级项目,旨在加强法国巴黎大区与杭州的战略合作,探索浙江与欧洲间的跨境创新技术研究新模式。截至目前,梦想小镇累计引进孵化平台50余家、互联网创业项目1466个、创业人才近1.37万名,其中148个项目获得百万元以上融资,融资总额达110.22亿元;集聚金融机构1317家、管理资本2859亿元。

(闻 创)

丹麦比隆小镇

由乐高制造延展为乐高旅游的IP小镇



丹麦比隆小镇位于日德兰半岛中部。比隆小镇是乐高玩具的发源地,也是目前乐高总部的所在地。1932年,奥勒·基奥克创办了乐高;1949年,创造性地开发了积木相似的塑料砖。随后奥勒·基奥克将乐高颗粒定型为前端圆形突起,背后有管状连接的形状,并申请注册专利。在专利注册后不久,乐高之父奥勒·基奥克去世,但他留下的颜色丰富的积木,以创造力为启迪影响了不同代际的儿童,甚至成年人。

乐高 IP 延展制造业与旅游业两大支柱产业。乐高公司是比隆小镇的心脏,其独有的乐高 IP 发展成为小镇的两大支柱产业——制造业和旅游业。在制造业方面,比隆小镇的生产线负责乐高玩具的制模工序,是乐高在全球的五条生产线之一。在旅游业方面,比隆乐高乐园是当地标志性的旅游目的地,日接待量最高时超过2万人。在比隆小镇,一切都跟“乐高”,连酒店也仿佛是乐高积木搭成的,让游客每时每刻都感受着乐高产品展现的魅力。在简单的玩具之外,乐高也大手笔投入乐高电影(《乐高蝙蝠侠》《乐高大电影》《乐高星球大战》)的制作和乐高游戏(《乐高复仇者联盟》《乐高哈利波特》)的发行,让乐高文化在顾客心中留下一席之地以贩卖周边产品。

创造力与积木是小镇发展的根本。随着20世纪60年代比隆机场的启用、20世纪70年代小镇上的图书馆和教堂动工,以及酒店和各种商店的开业,比隆小镇开启扩张时代。1990年代前后,乐高公司面对互联网冲击,进行一系列转型尝试,包括即使毫无游乐场运营经验,也不断尝试和修建乐高主题乐园的做法;乐高还推出塑胶玩偶,并为此搭配卡通片。1998年,乐高首次出现亏损,1000多名员工被解雇。2004年,乐高净亏损18.3亿元人民币。直到约翰·维格·克努德斯托普(Jorgen Vig Knudstorp)出任乐高公司的CEO,乐高所有业务的核心都回到积木以及它所代表的创造力之中,这家公司才从破产的危机中得以喘息。2015年2月,乐高取代法拉利成为“世界上最强大的品牌”。如今,乐高集团对于小镇的生存已不如往日那么重要。数家相对较小规模的公司的小镇成立或搬迁至小镇,比隆小镇目前由众多支柱产业可依靠。但是,玩具制造商(乐高公司)依旧是小镇最大的制造商和雇主。

产业自发性发展是带动产业升级的重要驱动力之一。产业自发性发展通常源自产业的集聚和升级,进而形成企业或小镇的自发突破,最终实现产业集群的整体跃迁,带动周边上下游企业的良性循环。比隆小镇通过塑料积木本身的特性——可差异化组合方式,促使小镇不仅仅生产固定种类的积木类型,更是融合乐高玩具的创意、生产和消费要素,从第二产业连接到第三产业环节;同时,借助乐高积木及乐高乐园等热门IP、积木制造技术的升级和创意部门的设立,乐高将比隆小镇的单一积木制造拓展成积木艺术创意的加工厂。

(春 蕾/编译)

《2017台湾文化创意产业发展年报》(以下简称《年报》)分为3个篇章,阐述了我国台湾地区文创产业发展现状与趋势。《年报》显示,2016年我国台湾地区文化创意产业机构总数为63339家,较2015年增长0.72%,其中视觉传达设计产业持续前两年的增长态势,为整体文创产业中增长幅度最高的,达到16.41%。设计品牌时尚产业以10.65%增长率次之。2016年,我国台湾文化创意产业之就业人数为26.1万人左右,其中以“运动、娱乐及休闲服务业”及“专门设计服务业”就业人数最多。同时,《年报》也提到,相较台湾地区近5年(2011年~2015年)营业额趋势,年复合增长率为0.49%。除2012年呈现负增长,其余为增长态势,但增长幅度逐年缩小。

2017我国台湾文化创意产业发展年报显示
文创发展『愈在地愈国际』

如何让文创产业继续保持较好的增长态势?我国台湾文创产业发展经验显示:第一,丰富当地原生文化内容,落实“愈在地、愈国际”的文化内容扶持政策。即深挖当地文化内容,实现具有文化特色的IP价值,更易于被广泛接受,走向国际。第二,需要透过文化金融体系健全文创产业发展环境等供给面策略,同时文化与科技的结合是文创产业拓展新动能的重要方向。为此,我国台湾地区在“价值产业化——文创产业价格链构建与创新”的计划中,制定系列措施,以期打造平等参与的多元文创环境。

深耕文化内容,以文化内涵提升文化经济。为鼓励民众参与,我国台湾地区从社区营造的投入、博物馆与地方文化馆的转型与加值等方面入手。例如,开展公有文创资产授权推广,充实工艺文化原创知识、素材库,鼓励表演艺术的多元内容创作等。在我国台湾地区设有台北华山、台中、花莲、嘉义及台南5大文化创意产业园区,依照所在地区之文化特性,分别赋予不同的运营属性。2016年,华山园区开展活动1682场,吸引392万人次参与;华山电影艺术馆放映电影3822场,吸引19万人次观影;花莲园区开展活动1405场,吸引超过120万人次参与;台中园区共计举办752场活动,吸引125万人次参与等。

保护多元创作环境,策略性支持新锐创新。我国台湾地区提供多元的辅导资源,完善艺术支持体系,鼓励青年及新锐创意以文化内容为核心进行创作,开展9项支持计划。第一,文化创意产业创业圆梦计划,例如“梦想的起点”计划,为有意从事文化创意产业之创作者提供第一桶金的支持。2016年共计594件作品参与,选拔出60件具有文化实验精神的创业者(单位),协助他们创意孵化。第二,文化创意产业辅导陪伴计划,提供文创者财务、法律、税务、营销、智慧财产等相关经营管理事业的专业咨询服务。第三,文创产业中介经纪人才培养课程,透过“故事营销”“图像授权”“文创科技”3组课程,培养强化文创产业的营销力、多元价值、创新力。第四,辅导艺文产业创新育成补助计划。第五,青年创作及培力新秀补助作业。第六,艺术新秀首次创作发表补助。2016年共补助80位新兴创作者,补助总金额达新台币622.5万元。第七,“Comic Stars漫画繁星”漫画产业人才培养计划,2016年共培育150名学员,并首次开设漫画助力进阶课程。第八,Made In Taiwan新人推荐特区,推荐35岁(含)以下青年艺术新秀走上国际舞台。第九,国外驻村交流创作计划。该计划自2000年实施以来,已有近300人次参加此项目。

结合科技创新,丰富文化产业内涵及应用。通过文化产业与科技的结合,加强互动体验。例如,结合文化科技,跨界整合产业链、文化科技再造历史现场等。值得一提的是科技融合创新计划从表演艺术、传统艺术、视觉艺术、视觉典藏4个不同的专业进行人才培养与项目补助。

行销本土文化品牌。在打造文创产品时,专注品牌的培养,主要体现在开展台湾文化创意设计博览会、协助文创者拓展国际市场、推广艺文合作等。以我国台湾文博会为例,2016年文博会以“城市即展场、展场即生活”为主题,与华山文创园区、松山文创园区、花博公园争艳馆共同展出,涵盖设计、创意生活、工艺、图像授权、时尚、创意设计等产业,参与人数超过22.7万人次,创造采购及订单金额达新台币4.77亿元。

精化多元资金应用。第一,金融支持文创,协助文创从业者向信保基金申请资金,并为之担保,按年利率2%补贴利息,为期5年,自2011年开办至2016年,累计审核通过308案,核定贷款金额约新台币28.45亿元。第二,活络民间投资。自2011年开办文创产业共同投资计划,带动民间投资约新台币16.4亿元。第三,文化创意产业补助计划。2016年共286件产品,共45案例获得补助,个案中最高补贴金额达新台币345万元。第四,漫画出版发行及推广营销补助。2016年,出版发行类补助4家企业,补助金额达新台币350万元;推广营销补助10家从业者(协会、个人),补助金额为新台币264万元。

(伊 璐)